

LAKIMIES VASTAA HELMIKUUN 2008

Tärkeimmät huomioon otettavat asiat, kun yhdistys tekee yhteistyösopimusta taloudellisen kumppanin kanssa?

Yhteistyösopimuksella eli sponsorisopimuksella tarkoitetaan avointa ja sopimukseen perustuvaa yhteistyötä urheilijan tai urheilujärjestön ja sponsorioivan tahon välillä. Kuten jo termi yhteistyösopimus antaa ymmärtää, ei sponsorointi enää ole vain yksipuolista rahallista tukemista, vaan sopimukset luovat kummallekin osapuolelle oikeuksia ja velvollisuuksia.

Sponsoroinnin olennainen osa sponsoritaholle on hyödykemarkkinointi urheilun näkyvyyden kautta. Ensimmäisenä tulee ottaa huomioon, että markkinointi täyttää lainmukaisuuden ehdot. Samoin lajiliitoilla voi olla sääntöjä, ettei joitain tuotteita saa urheilussa yleensä tai vain nuorten urheilussa markkinoida (esimerkiksi tupakka- ja alkoholituotteet). Jos markkinointi on lain- tai sääntöjen vastaista, putoaa sponsorisopimukselta heti pohja pois, kun osapuolet eivät saa sopimuksella tavoittelemansa hyötyä.

Sopimusta laadittaessa tulee huomioida, että se voidaan tehdä pysyväksi eli olemaan voimassa toistaiseksi ja päättyminen on irtisanomisen varassa. Tavallisempia kuitenkin ovat määräaikaiset sponsorisopimukset, jotka usein sisältävät jatkokautta koskevan optiolausekkeen. Ellei erikseen ole sovittu, ei määräaikaista sponsorisopimusta voi irtisanoa. Sopimuksen purkamisen sen sijaan on mahdollista joko sopimuksen ehtojen tai yleisten periaatteiden mukaisesti kuten esimerkiksi olennaisen sopimusrikkomuksen perusteella.

Sopimusriski sponsoroinnissa on molemmin puolista. Sponsorioivan tahon riskinä on, ettei sopimus tuokaan sellaista näkyvyyttä tai vaikuta niin myönteisesti yrityskuvaan kuin on tavoiteltu. Toisaalta on huomioitava, miten sponsoroitava yhdistys voi suojautua sponsorin yrityskuvan heikentymisten varalta. Näihin sopimusriskeihin voidaan varautua erilaisin sopimuslausekkein.

Tavallinen piirre sponsorisopimuksissa on, että sponsori saa yksinoikeuden oman tuotteensa hyödykemarkkinointiin, mutta lähtökohtaisesti, jos tästä ei ole erityistä sopimuslauseketta, ei sponsori ilman perustetta saavuta yksinoikeudellista asemaa.

Käytännössä sponsorisopimuksella luovutetaan sponsorille ne immateriaalioikeudet, joita on tarkoitus hyödyntää markkinoinnissa. Tällöin sponsorioitavalla yhdistyksellä tulee olla oikeudet määräysvallassaan tai muu immateriaalioikeuksia hallinnoiva taho antaa luovutukseen suostumuksensa. Immateriaalioikeuksien haltijalla on siis yksinoikeus kohteeseen, jota voidaan lisensoida. Sponsorin kannalta kiinnostavimpia kohteita ovat yleensä urheilijan, seuran ja lajiliiton nimen käyttäminen sekä oikeus urheilijan ääneen ja valokuvaan kuten myös oikeus liikkuvaan kuvaan ja oikeus seuran logoon sekä virallisen yhteistyökumppanin status. Toisin sanoen kysymys on nimioikeudesta, toiminimioikeudesta, tavaramerkkioikeudesta, tekijänoikeudesta, valokuvaajanoikeudesta sekä oikeudesta omaan kuvaan ja televisiointioikeudesta.

Jotta sponsorisopimuksesta tulee molemmille osapuolille tarkoituksen mukainen, on usein riskienhallinnan näkökulmasta suositeltavaa jättää sekä sopimuksen laatiminen, että kokonaisuuden arviointi sopimus-, urheilu- ja immateriaalioikeuden hallitsevalle ammattilaiselle.

Turo Järvinen
varatuomari

turo.jarvinen@legistum.fi